



高等院校艺术设计类专业  
“十三五”案例式规划教材

# 图形创意设计

欧阳丽萍 曾秋 彭艳霞 主编

## ART DESIGN



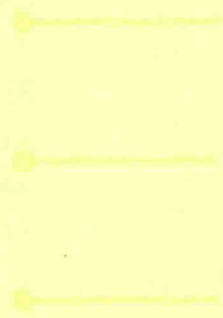
华中科技大学出版社  
<http://www.hustp.com>



高等院校艺术设计类专业  
“十三五”案例式规划教材

# 图形创意设计

■ 主 编 欧阳丽萍 曾 秋 彭艳霞



## ART DESIGN



华中科技大学出版社

<http://www.hustp.com>

中国·武汉

## 内容提要

本书以图形创意为中心,涵盖了大量新奇、独特的图片,为读者展现了一场视觉盛宴,并结合条理清晰、层次严谨的文本内容,呈现各个领域的图形创意设计,包括图形基础、图形的历史与未来、图形语言及创意思维、图形设计视觉元素等内容。另外,为响应案例式课堂的号召,本书特别添加了最后两章的实践内容,包含图形构图及案例赏析。本书每章的最后一节也添加了案例解析,并添加了详细描述,使读者能够学以致用,融会贯通。

本书可作为艺术设计专业基础课程的教学用书,对各类设计的从业人员、艺术爱好者等也有较高的参考及收藏价值。

---

### 图书在版编目(CIP)数据

图形创意设计 / 欧阳丽萍, 曾秋, 彭艳霞主编. — 武汉: 华中科技大学出版社, 2019.7

高等院校艺术设计类专业“十三五”案例式规划教材

ISBN 978-7-5680-4895-8

I. ①图… II. ①欧… ②曾… ③彭… III. ①图案设计—高等学校—教材 IV. ①J51

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第070886号

## 图形创意设计

Tuxing Chuangyi Sheji

欧阳丽萍 曾秋 彭艳霞 主编

策划编辑: 金 紫

责任编辑: 王 婷

封面设计: 原色设计

责任校对: 李 弋

责任监印: 朱 玢

出版发行: 华中科技大学出版社(中国·武汉)

电话: (027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园

邮编: 430223

录 排: 华中科技大学惠友文印中心

印 刷: 湖北新华印务有限公司

开 本: 880mm×1194mm 1/16

印 张: 9.5

字 数: 208千字

版 次: 2019年7月第1版第1次印刷

定 价: 59.80元



本书若有印装质量问题, 请向出版社营销中心调换  
全国免费服务热线: 400-6679-118 竭诚为您服务  
版权所有 侵权必究



## 前言

Preface

图形是一种视觉语言，即由设计生成的、以信息传播为目的的视觉形象。在视觉传达设计领域，图形设计以形态传达意义，供观者思考。图形创意指设计师通过富有个性化的思维对图形进行创意设计，达到吸引眼球、过目不忘的目的。图形的核心即图形创意，独特清晰的表现方式，简单易懂的说明信息，加以艺术化的语言和个性化的造型画面，让观众产生情感共鸣，并留下深刻的记忆。

图形作为一种快速表达信息的手段，在信息化社会中越来越受到人们的欢迎。它具有易懂、快速、准确的优势，同时还具有活泼亲切的感情色彩。图形在当前社会被广泛运用于包装、交通标志、企业形象等设计中，对人们的生活起着日渐重要的作用。

图形能否有效、准确地传达信息的关键在于意义的表达和理解。在设计的长河里，从传统的手工绘制，到摄影技术的诞生，从黄金分割定律的发现到透视法的创立，无一不体现了图形设计的形意表达经历了漫长、艰苦的探索过程。而今，CG技术的发展使图形设计的形态发生了质的改变，使用计算机软件创造的图形摆脱了传统的图形造型的方式，图形设计的形意关系得到了前所未有的拓展。一个图形设计者要想利用图形成功地传达意义，必须对整个意义传达过程的每个环节都有预先的设想和充分的认识，方能设计出形意兼备的图形设计作品。

本书在编写中得到以下同事、同学的支持：窦真、张心如、汪飞、汪楠、王涛、

史凡娟、赵祎、马文丹、李帅、曹玉红、董文博、祝旭东、张文轩、张姝、代曦、许麒晟、袁朗、艾青、陈林、何万译、张晗、赵柯、周唯、张铸、汤留泉、龙燕，感谢他们为此书提供素材、图片等资料。

编者

2019年3月





# 目录

## Contents

### 第一章 图形基础 /1

- 第一节 认识图形 /2
- 第二节 图形与图案的区别 /3
- 第三节 常见图形的种类与特征 /6
- 第四节 图形的功能与意义 /10
- 第五节 案例分析：标志中图形的设计与应用 /12

### 第二章 图形的历史与未来 /17

- 第一节 图形萌芽 /18
- 第二节 图形发展的三个转折点 /21
- 第三节 未来图形设计的发展方向 /23
- 第四节 案例分析：书籍设计 /35

### 第三章 图形语言及创意思维 /39

- 第一节 图形语言的创意表达 /40
- 第二节 图形语言的多样性 /43
- 第三节 认识创意思维 /44
- 第四节 获取创意思维 /62
- 第五节 案例分析：品牌包装设计 /64

### 第四章 图形设计视觉元素 /71

- 第一节 视觉流程 /72
- 第二节 视线途径 /76
- 第三节 视觉焦点 /80
- 第四节 案例分析：文创品设计 /82

### 第五章 图形创意设计实践 /89

- 第一节 图形创意表现形式 /90
- 第二节 图形创意表现手法 /107
- 第三节 图形创意构图 /111
- 第四节 案例分析：工业产品设计 /131

### 第六章 优秀图形创意设计赏析 /135

- 第一节 广告设计 /136
- 第二节 创意包装设计 /138
- 第三节 网页设计 /140
- 第四节 名片设计 /141

### 参考文献 /144

# 第一章

## 图形基础

学习难度：★★★★☆☆

重点概念：图形内涵、特征、种类、意义

### 章节 导读

图形通过视觉形象来表达人们的情感、思想、警示等信息，在视觉形象中发挥易理解、好辨识、方便记忆的特点。过去，人们比较注重读的过程，通过阅读文字记载的信息等获得愉悦的体验，其实图形所传递的信息比文字更加快捷、准确。因为图形所传递的信息是通过视觉系统直接获取的，不需要通过阅读文字而加以思考。在现代社会中人类的交流除了文字语言之外，便是图形符号了。图形在跨越民族与地域的文化对话交流上，发挥了很大的作用。它不仅仅可以作为一种承载信息的载体，同时也能够准确、生动、直观地反映出社会关注的问题，起到指导与教化的作用（图 1-1）。

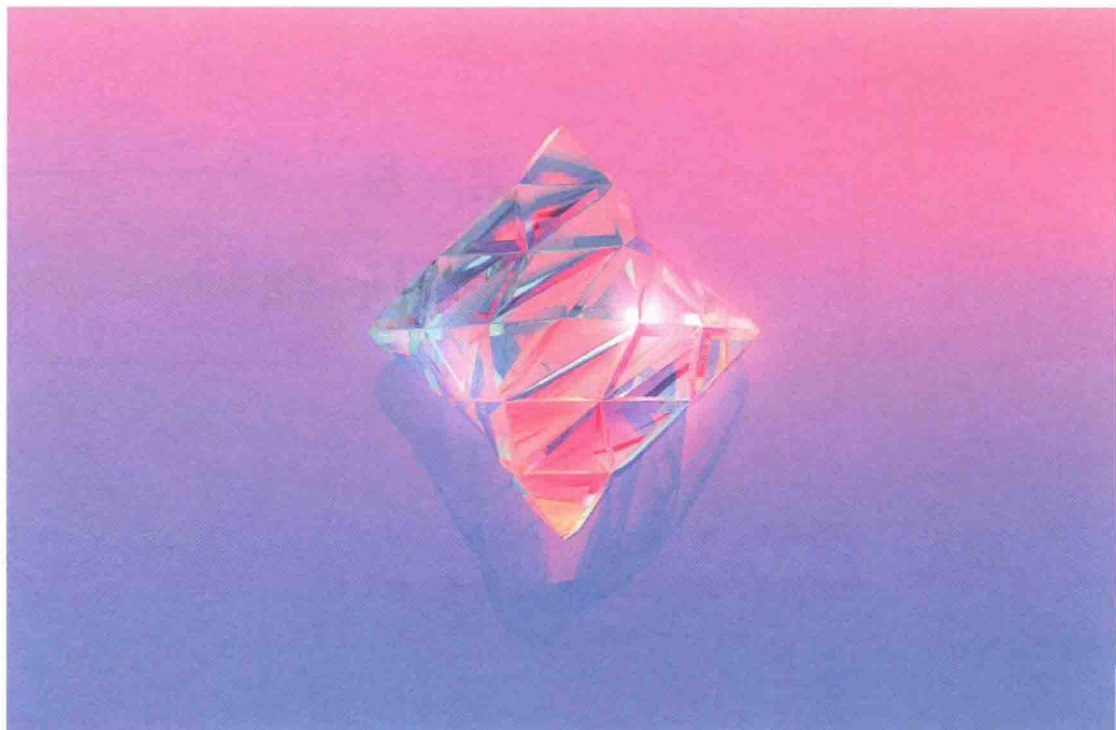


图 1-1 创意图形

## 第一节 认识图形

图形的英文是“graphic”，源于拉丁文“graphicus”和希腊文“graphikos”，其原意是指说明性的图画形象或由书、画、刻、印产生的图像记号。“graphic”含有印刷的意思，即通过印刷和多种方式大量复制，用以传播信息的视觉形式。在《现代汉语词典》中，“图形”被解释为在平面上表示出来的物体的形状。

在西方，图形设计又称视觉设计，也有人称之为信息设计。设计作品中的图形是最容易引起观者注意的视觉焦点，它是设计师有意识创造的、整体的和有内涵的视觉符号。在文字、图形、色彩三大视觉传达设计要素之中，图形最具有直观性，在视觉传达中起主导作用。在进入读图时代的今天，图形已成为引起大众注意和记忆的最佳手段。而且由于它具有符号化、形象化、共通性的特征，不受语言、文字、文化、民族、地域的限制，这种超越国界和语言障碍的优越性，使图形成为现代社会中人们交流思想、传播信息不可或缺的重要载体。现在比较公认的是将图形定义为介于文字与美术之间的视觉传达形式（图 1-2），是人们借助于想象力而创造的一种能够完成信息传达的视觉语言。而图形设计则是人们为创造这种视觉语言而进行的、有目的性的艺术活动，它是一种从概念到视觉形象的创造性思维训练。

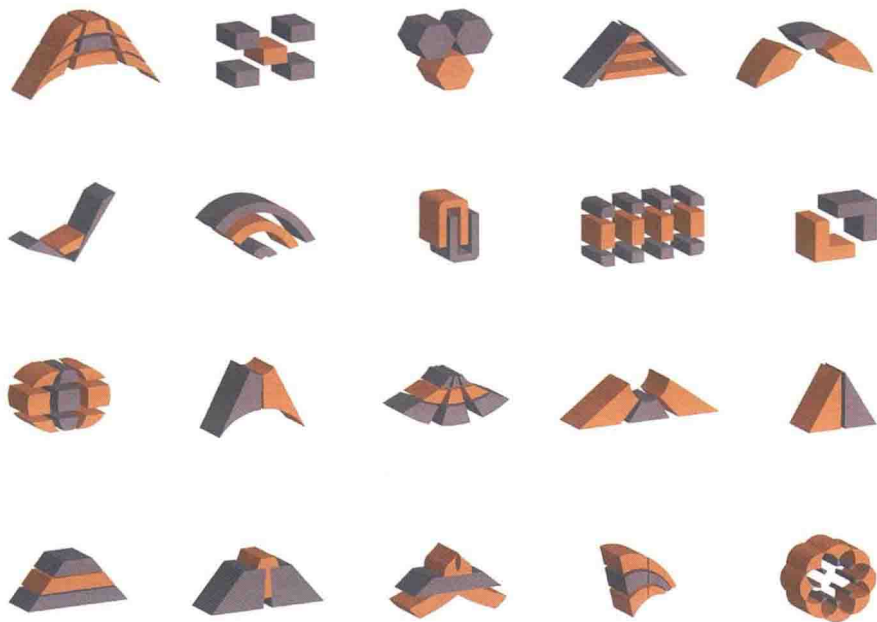


图 1-2 各类图形

## 第二节 图形与图案的区别

图形不等同于图案。在视觉传达领域，图形和图案是有区别的。图案强调的是装饰效果，是在现实形态基础上的夸张、变形，追求的是视觉上的审美效果。而图形是以主观需要为出发点的形态，是在特定的主题下，根据目的对某一个或多个元素组合的一种表现形式，它既不是一种单纯的标识记录，也不是单纯的符号，更不是像图案一样以审美为主。图形的表现形式更为丰富，内容也更为自由（图 1-3、图 1-4）。

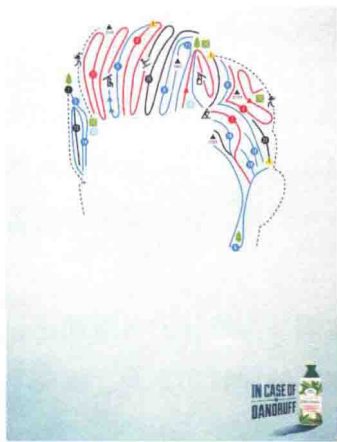


图 1-3 图形设计

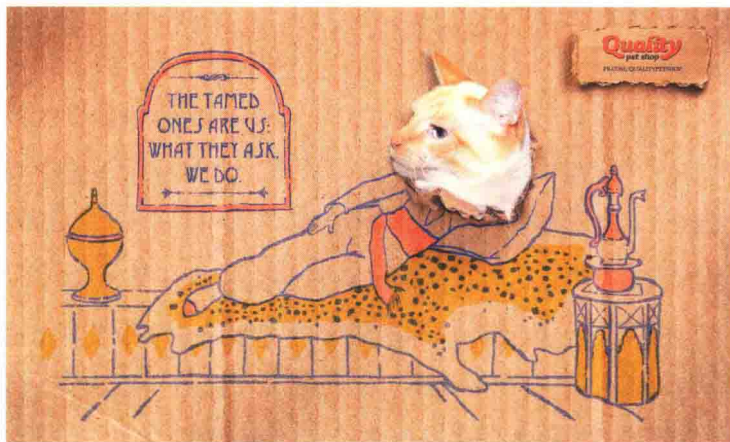


图 1-4 图案与图形的结合

“图案”一词是在 1910 至 1920 年期间从日本传入中国的。20 世纪 30 年代，以陈之佛、雷圭元为代表的留学学子从日本带回了“图案设计”和“三大构成”的概念。

雷圭元对“图案”的定义是：图案是在实用美术、装饰美术、建筑美术方面，关于形式、色彩、结构的预先设计，在工艺材料、用途、经济、生产等条件制约下，制成图样、装饰纹样等方案的总称。图案在过去被称为“文镂”“装饰纹样”，这种纹样也就是视觉符号，它所反映和表达的是生存的文化与生活的文化。其产生源于人类认识自然和改造自然的需要，即依靠视觉和思维，而视觉与思维需要借助形象和概念，所以人类自古以来一直在寻找能够用视觉符号表达思想感情的方式，以及利用图案储存自己的记忆和知识并把信息的传达程序化、简单化的方法。文字作为语言符号记录了人类的历史，是人类文明的标志，而图案比文字更早地记录了人类精神的追求与渴望。文字的产生、印刷术的发展，直至当下计算机的普及和网络技术的日趋成熟，都代表了对以视觉符号表达思想感情的探索和方式的延续（图 1-5、图 1-6）。

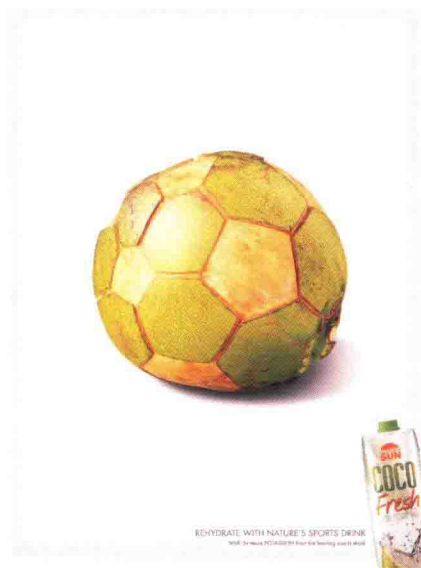


图 1-5 足球与椰子的结合

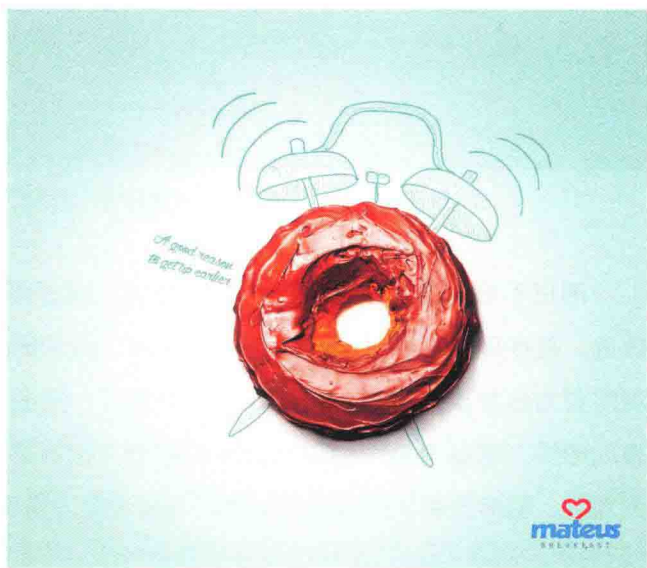


图 1-6 甜甜圈与闹钟的结合

图形设计的概念在 20 世纪初引入中国，是伴随着现代平面设计的概念产生而产生的。图形设计的过程不仅仅是简单的陈述，而是升华和提取的再创造过程，并且是可以大量复制的，利用视觉符号表达思想感情的图式方法。其目的是传播信息，着重培养学习者的创意性思维和表现，以提高综合设计能力（图 1-7、图 1-8）。

图案设计的目的是着重培养学习者认识形式美的规律，掌握装饰纹样的造型规律、装饰艺术的审美风格和基本表现手法，通过对各国及各时代图案的理解和掌握，提高学习者的艺术素质和综合设计能力。

图形与纯艺术也有明显的区别，虽然它们有时在表现形式上是相似的，但艺术品旨在表达创作者的情感，其原作本身是最有价值的。而图形强调的是视觉符号的语言作用和象征意义，它是以信息传达为目的的，其价值不在于原作而在于信息传递的过程和终端。随着人类科学技术的发展和思维观念的变化，当今的图形设计更加自由化、多样化，



图 1-7 服装上的图形设计



图 1-8 图形与柠檬的结合

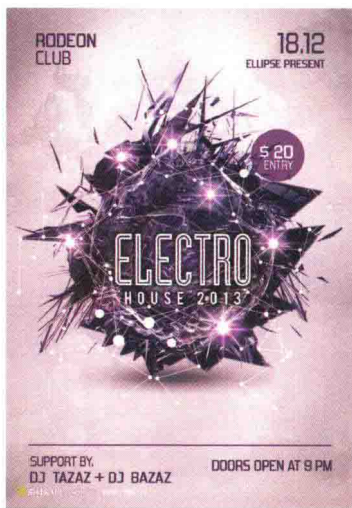
图形语言已从传统的平面空间向多维空间延展。因此，我们应该站在视觉思维的高度，理解图形的概念与视觉形象之间的创造性转换与结合（图 1-9）。



(a)



(b)



(c)

图 1-9 广告中的图形设计

### 图形的特点

图形的特点决定了图形设计的目的和功能，所以在图形设计的过程中应考虑到信息传达的有效性和准确性，并且要得到受众的理解。在设计中，图形的特征有以下几点。

- (1) 是通过写、绘、刻、印、喷等手法制作的图像。
- (2) 是有说明性的图画形象，有别于语言文字的视觉形式。
- (3) 可以通过各种方式大量复制。
- (4) 是传播信息的视觉形式。

### 第三节 常见图形的种类与特征

圆形、三角形、长方形、正方形是我们最为熟悉，也是最简单的几何图形。在设计中，把握各类图形的特征和内涵显得尤为为重要。

#### 一、常见图形的种类

##### 1. 圆形和曲面

圆形和曲面代表了温暖、舒适，同时给人以感性与和谐的感觉（图 1-10、图 1-11）。

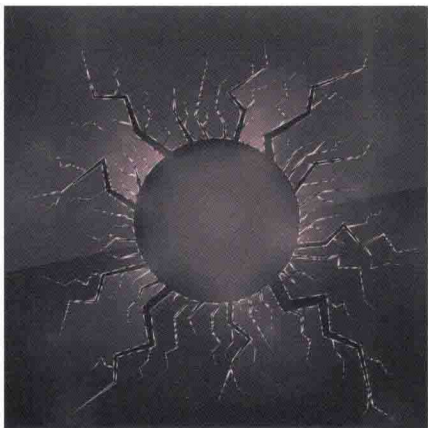


图 1-10 圆形



图 1-11 曲面

##### 2. 三角形

三角形代表着稳定，当它旋转呈现角度时则代表了紧张、冲突、运动感和侵略性。三角形有着无限的能量和力量，基于不同的角度，它们可以有不同的运动感。其动态可以表现出各种冲突或稳定的感觉（图 1-12）。

##### 3. 长方形

长方形是最常见的几何形状，有时也被理解为枯燥、乏味，一般不引起别人的注意，但当它们倾斜时，会带来意料之外的感受（图 1-13）。

##### 4. 正方形

正方形是一种四边相等的几何图形，在哲学、宗教、美学等文化领域中有许多象征含义。“正方”代表方方正正、不偏不斜的上下左右四个方向，也泛指天下各处。古代中国、波斯等认为地球是正方形的，“地方”一词就源于此；古印度认为，地球是四边形的，象征一个四方整体；欧洲神学认为，正方形的四边与空间的四个方位有关，由各自的守护神共同构建而成，正方形和长方形总是代表着安宁、稳固、安全、平等，它们

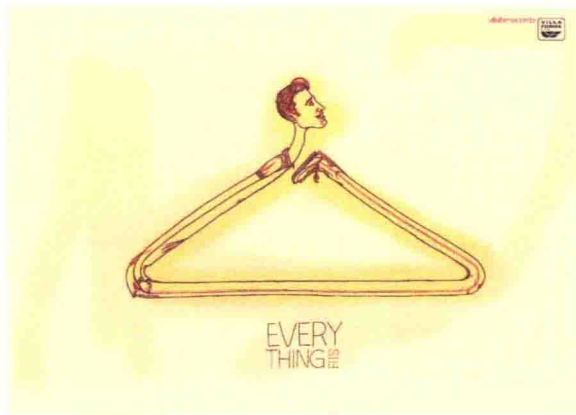


图 1-12 三角形



图 1-13 长方形

7

是熟悉的和值得信任的形状，意味着诚实可信，其角度代表着秩序、规则、理性和正式（图 1-14、图 1-15）。

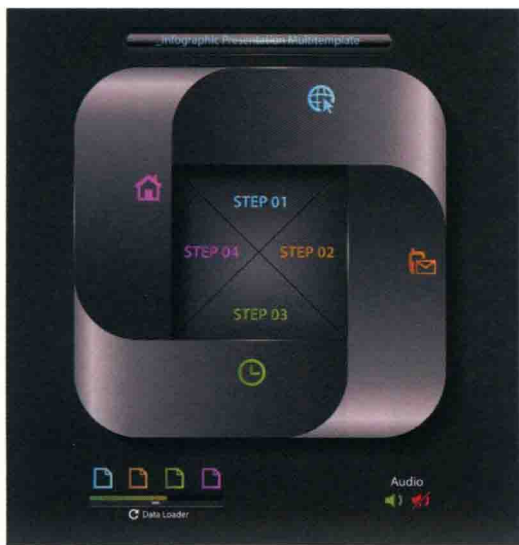


图 1-14 正方形

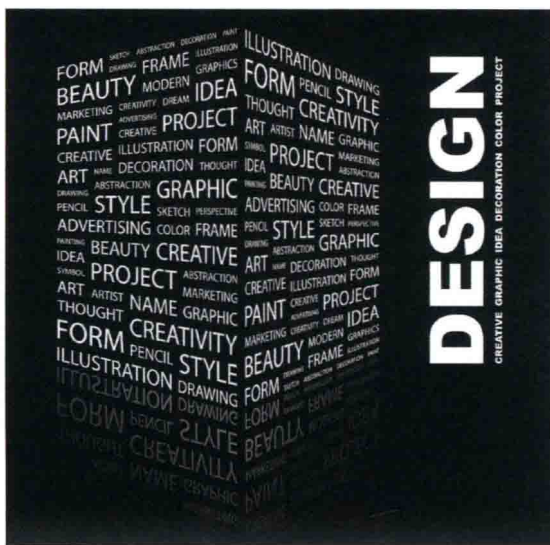


图 1-15 正方形

## 二、图形的特征

每个图形都有不一样的个性，其特征具体归纳为以下几点。

### 1. 直观性

图形是一种简练、感性、单纯的语言，它能够被大多数人认知，可以强烈直观地传递信息（图 1-16）。

### 2. 象征性

图形的作用就是利用多种隐喻手法和有内涵的符号来激发受众的想象力，从而达到思想与情感的交流，具有很强的象征性（图 1-17）。

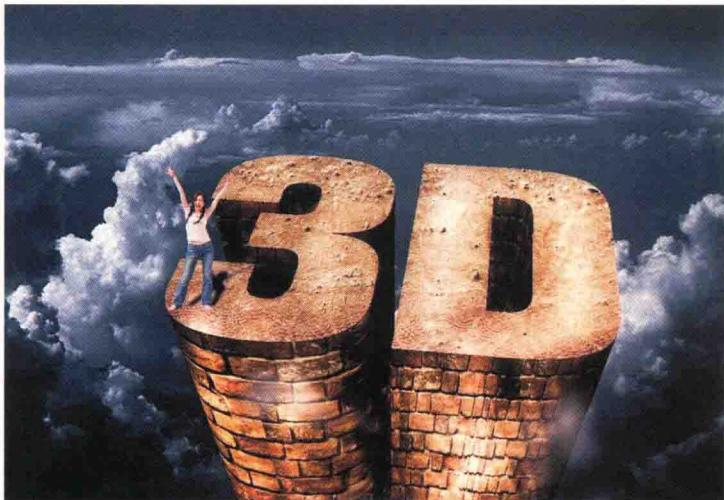


图 1-16 直观性图形



图 1-17 象征性图形

### 3. 指示性

图形中特定的符号、颜色具有警示、提示功能，多用于交通指示或危险源警示等（图 1-18）。

### 4. 广泛性

图形的传播具有广泛性，常见于杂志、书本、海报、媒体广告等（图 1-19）。



图 1-18 交通安全指示牌



图 1-19 杂志中的创意图形广告

### 5. 可读性

在图形传播的时候，受众通过视觉接受信息，理解图形所传达的思想，以及表达的内容。因此，图形的传播具有可读性（图 1-20）。

### 6. 准确性

在设计利用图形传播信息时，设计者要准确掌握图形传递的内容，在理解图形所传达的信息后再进行图形设计，保证图形的传播信息的准确性（图 1-21）。

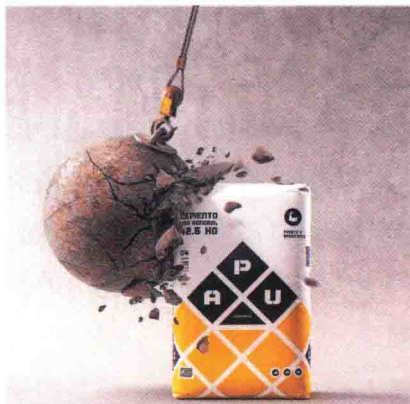


图 1-20 可读性图形



图 1-21 准确性图形

## 7. 观赏性

一幅好的图形创意作品，不仅仅应准确传递信息，还应具备一定的艺术性，能够吸引受众的眼球，起到观赏的作用（图 1-22、图 1-23）。

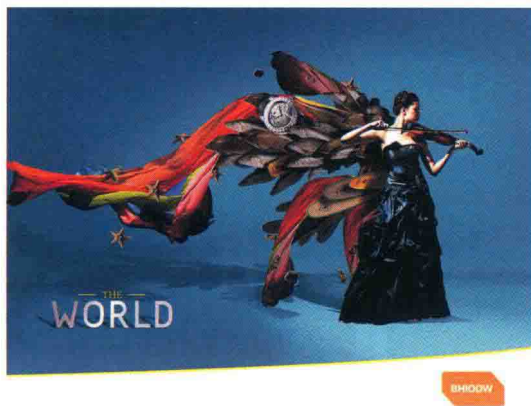


图 1-22 绚丽的颜色



图 1-23 创意绿植人物

## 辅助图形

辅助图形是视觉识别系统中不可或缺的一部分。

(1) 它可以弥补基本要素的设计运用不足，尤其在传播媒介中可以丰富整体内容，强化企业形象。

(2) 品牌辅助图形能强化企业识别系统，抓住受众的视线，引起人们的兴趣，从而更明确地传递企业特征。

(3) 辅助图形能够更好地配合企业标志，当标志不方便突出展示的时候，由辅助图形加强展示，能起到对比、衬托企业标志的作用，同时可增加其他要素在应用中的柔软度与适应性。

## 第四节 图形的功能与意义

图形的功能主要在于传播信息，它以简洁、直观的形象承载信息，让信息易于识别、记忆并产生影响。图形的信息传播功能备受设计师和大众的重视，并成为企业开拓市场、获取经济效益的重要手段，在商业社会发挥了重要的作用。所以，现代社会对图形的基本要求，就是看它是否能够准确传递设计者所要表达的意念，让受众在第一时间接收特定的信息，并满足受众的审美需求。图形的传播过程涉及人们对外界的感知，以及图形信息的接收、分析、归纳、比较、判断、记忆和反馈。这是一个从传播到反馈的视觉传达互动过程（图 1-24、图 1-25）。



(a)

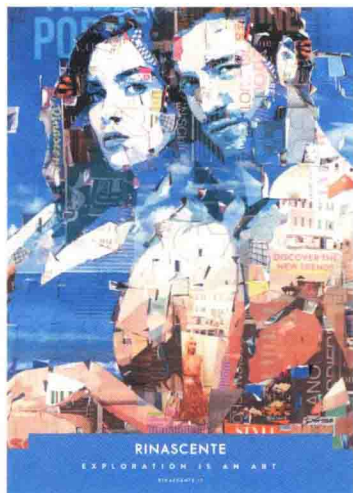


(b)

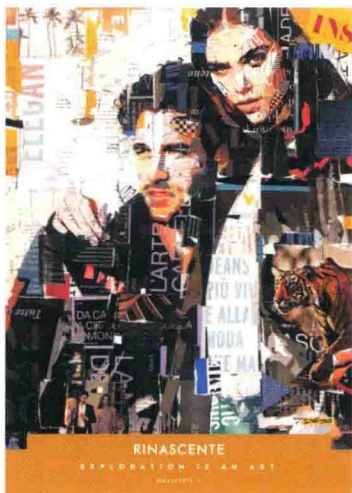


(c)

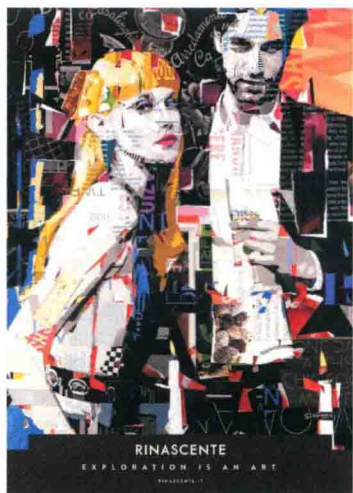
图 1-24 主题鲜明的海报



(a)



(b)



(c)

图 1-25 视觉效果强烈的电影海报